

**ANALISIS POTENSI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)
KRIPIK PISANG DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

(Studi Pada Sentra UMKM Kripik Pisang Jalan ZA. Pagar Alam
Kota Bandar Lampung)

Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi Dalam Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam**

Oleh:

NAMA : Herdiana Novita Sari

NPM : 1651010526

JURUSAN : Ekonomi Syariah



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

RADEN INTAN LAMPUNG

1441 H/2020 M

**ANALISIS POTENSI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)
KRIPIK PISANG DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

(Studi Pada Sentra UMKM Kripik Pisang Jalan ZA. Pagar Alam
Kota Bandar Lampung)

Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi Dalam Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam**

Oleh:

NAMA : Herdiana Novita Sari

NPM : 1651010526

JURUSAN : Ekonomi Syariah

Pembimbing I : Budimanyah,M.Kom.I

Pembimbing II : Muhammad kurniawan,M.E.Sy

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

RADEN INTAN LAMPUNG

1441 H/2020 M

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan bagian terpenting dalam perekonomian Indonesia dapat dikatakan telah menjadi motor penggerak terbesar perekonomian ketika krisis moneter melanda. UMKM merupakan potensi bisnis yang sangat digalakkan oleh pemerintah karena semakin banyak masyarakat berwirausaha maka semakin baik dan kokohnya perekonomian suatu daerah karena sumber daya lokal, pekerja lokal, dan pembiayaan lokal dapat terserap dan bermanfaat secara optimal. Pemerintah harus mengembangkan UMKM karena potensi yang mereka miliki dapat menciptakan kreatifitas usaha dengan memanfaatkan fasilitas yang diberikan oleh pemerintah, potensi tersebut bisa kita lihat dengan menggunakan analisis SWOT. Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah Bagaimana potensi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) keripik pisang berdasarkan analisis SWOT dalam perspektif ekonomi islam dan Bagaimana prospek kelangsungan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) keripik pisang dari segi pengalaman, pelayanan serta pengetahuan. Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui potensi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Kripik pisang berdasarkan analisis SWOT dalam perspektif ekonomi islam dan Untuk mengetahui prospek kelangsungan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Kripik pisang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan deskriptif kualitatif, sumber data diperoleh dari data primer dengan pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dokumentasi dan kuesioner/angket populasi sebagai sampel sebanyak 32 UMKM sebagai responden. Teknik analisis data yang digunakan deskriptif analisis dengan menggunakan analisis SWOT yang terdiri dari kekuatan (*Strenght*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*). Hasil penelitian dari analisis SWOT pada UMKM keripik pisang menunjukan kuadran 1 (positif, positif) yang merupakan posisi yang kuat dari faktor internal dan memiliki peluang yang bagus dari faktor eksternal. selisih antara *Strenght* dan *Weaknesses* dengan total nilai skor 1,40 dan selisih antara *Opportunities* dan *Threats* dengan total nilai skor 1,95 posisi ini menandakan bahwa memiliki konsidi usaha yang kuat dan memiliki potensi yang bagus sehingga sangat di mungkinkan untuk terus melakukan penjualan serta dapat meraih kemajuan secara maksimal Sedangkan hasil survey terkait pelayanan, pengetahuan dan pengalaman para pelaku UMKM keripik dapat di simpulkan bahwa memiliki prospek kelangsungan usaha yang baik dikarenakan beberapa dari anggota UMKM sudah mulai mengandalkan kemajuan teknologi pengusaha juga memiliki SDM yang dapat memberikan pelayanan kepada pengunjung dengan baik dan ramah sehingga mampu memberikan kepuasan kepada pengunjung untuk berkunjung ke toko pengusaha dengan pelayanan yang maksimal maka akan membantu prospek kelangsungan usaha yang signifikan.

Kata Kunci : Analisis SWOT, UMKM Keripik Pisang, Potensi, dan Prospek



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

*Alamat: Jl. Let. Kol. Hi. Endro Suratmin Sukarame I Telp. (0721) 703289 Bandar
Lampung 35131*

SURAT PERNYATAAN

Assalamu 'alaikum. Wr.Wb.

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Herdiana Novita Sari
Npm : 1651010526
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini yang berjudul **“Analisis Potensi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Kripik pisang Perspektif Ekonomi Islam (studi pada sentra UMKM kripik pisang jalan ZA. Pagar Alam Kota Bandar Lampung)”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbuhtinya adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada di pihak penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat di maklumi.

Wassalamu 'alaikum. Wr.Wb.

Bandar Lampung, Oktober 2020

Penyusun

Herdiana Novita Sari

1651010526



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Letkol. H. Endro Suratmin Sukardame I Telp. (0721) 703289 Bandar Lampung

PERSETUJUAN

Judul : Analisis Potensi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)
Kripik pisang Perspektif Ekonomi Islam (studi pada sentra
UMKM kripik pisang jalan ZA. Pagar Alam Kota Bandar
Lampung)

Nama : Herdiana Novita Sari

NPM : 1651010526

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Pembimbing I

Budimansyah, S.Thl., M.Kom.I
NIP.197701252002121001

Pembimbing II

Muhammad Kurniawan, M.E.Sy
NIP: 198605172015031005

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

Madnasir, S.E., M.S.I
NIP 197504242002121001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Letkol. H. Endro Suratmin Sukarame I Telp. (0721) 703289 Bandar Lampung

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Analisis Potensi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Kripik pisang Perspektif Ekonomi Islam (studi pada sentra UMKM kripik pisang jalan ZA. Pagar Alam Kota Bandar Lampung)” disusun oleh Herdiana Novita Sari, NPM 1651010526 Program Studi Ekonomi Syariah telah diujikan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal: Rabu/04 November 2020.

TIM PENGUJI

Ketua

: Madnasir, S.E., M.S.I

Sekretaris

: Dania Hellin Amrina, S.E, M.Sc

Penguji I

: Fatih Fuadi, M.S.I

Penguji II

: Budimansyah, M.Kom.I

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Bustan Abdul Ghofur, M.Si

NIP. 198 008012003121001

MOTTO

وَلَا تَهِنُوا وَلَا تَحْزَنُوا وَأَنْتُمْ الْأَعْلَوْنَ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ (٩٣١)

Artinya : *janganlah kamu bersikap lemah, dan jangan pula kamu bersedih hati, padahal kamulah orang yang paling tinggi derajatnya, jika kamu orang yang beriman. (Al-Imran 139)*¹

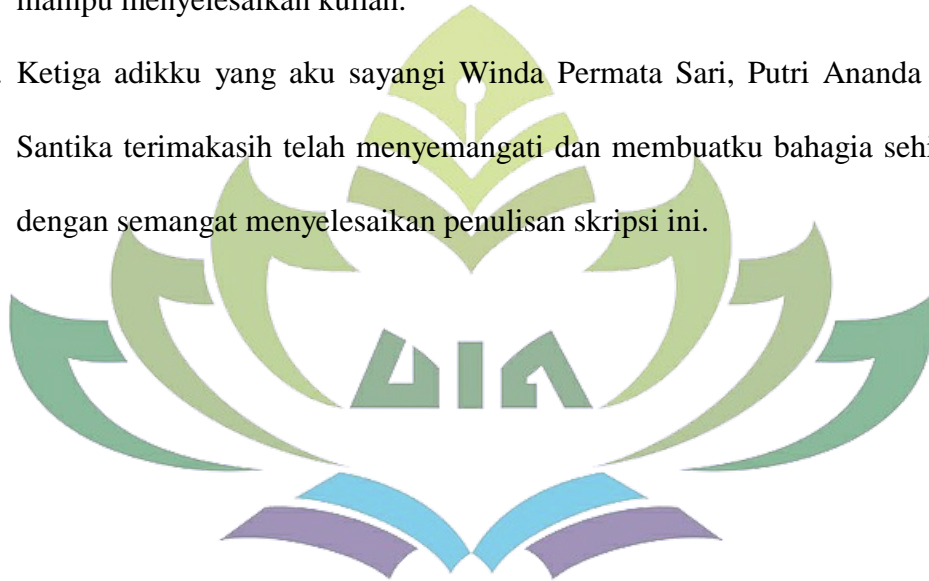


¹ Deprtemen agama RI, Al-Quran dan terjemahnya, Bandung: Diponegoro, 2008

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan dan saya dedikasikan sebagai bentuk ungkapan rasa syukur dan terimakasih saya yang mendalam kepada :

1. Kepada orang tuaku tercinta, ayah Rohimi dan ibu Neli Yanti, terimakasih atas cinta kasih, dukungan serta doa yang kalian berikan kepadaku sehingga aku mampu menyelesaikan kuliah.
2. Ketiga adikku yang aku sayangi Winda Permata Sari, Putri Ananda Sari, Sisi Santika terimakasih telah menyemangati dan membuatku bahagia sehingga aku dengan semangat menyelesaikan penulisan skripsi ini.



RIWAYAT HIDUP

Penulis di anugrahi nama kedua orang tua yaitu Herdiana Novita Sari. Dilahirkan di kota bandar lampung, pada tanggal 16 September 1998 yang merupakan anak pertama dari empat bersaudara pasangan dari Bapak Rohimi Dan Ibu Neli Yanti.

Riwayat penulis sebagai berikut :

1. Taman kanak-kanak di tempuh di TK Arusda II diselesaikan pada tahun 2004.
2. Pendidikan sekolah dasar ditempuh di SD Negri 1 Tanjung Agung diselesaikan pada tahun 2010.
3. Melanjutkan pendidikan di SMP Negri 1 Sungkai Jaya yang di selesaikan pada tahun 2013.
4. Melanjutkan pendidikan di SMA Negri 1 Sungkai Jaya yang di selesaikan pada tahun 2016.
5. Kemudian pada tahun 2016 meneruskan pendidikan S1 di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada prodi Ekonomi Islam.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan karunia-Nya berupa ilmu pengetahuan, kesehatan dan petunjuk sehingga dengan skripsi dengan judul “Analisis Potensi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Kripik pisang Perspektif Ekonomi Islam pada sentra UMKM kripik pisang jalan ZA. Pagar Alam Kota Bandar Lampung” sehingga dapat diselesaikan. Sholawat serta salam di sampaikan kepada baginda kita Nabi Muhammad SAW, para sahabat, dan pengikut-pengikutnya yang setia. Skripsi ini ditulis sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada program strata satu (S1) jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu ekonomi islam, atas bantuan semua pihak dalam proses penyelesaian skripsi ini taklupa di haturkan ucapan terimakasih sebesa-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Ruslan Abdul Ghofur. M.S.I selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung beserta wakil Dekan 1, 2 dan 3.
2. Bapak Madnasir, S.E., M.S.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam yang senantiasa sabar dalam memberi arahan serta selaku motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Bapak Budimansyah, M.Kom dan Bapak Muhammad Kurniawan, M.E.Sy selaku pembimbing yang telah mencurahkan pemikiran dan meluangkan waktunya dalam membimbing penulis selama penyelesaian skripsi.

4. Bapak Ibu Dosen serta karyawan perpustakaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan motivasi, ilmu yang bermanfaat dan memberikan informasi, data, referensi, dan lain-lain kepada penulis.
5. Keluarga besarku terutama uwak ajo, uni dewi, susi yuli, abah kadar, tut ris, mamah dan maksu beserta ponakan ponakanku yang mengemaskan terimakasih telah memberiku dukungan moral dan doa sehingga aku mampu menyelesaikan skripsiku.
6. Almamater tercinta, tempat terbaik dalam menimba ilmu UIN Raden Intan Lampung semoga semakin maju dalam mendidik putra dan putri Indonesia.
7. Dan semua pihak yang telah membantu yang takbisa di sebutkan satu persatu, semoga kita semua selalu diberikan kesehatan dan terikat dalam Ukhuwa Islamiyah.

Penulis menyadari skripsi ini jauh dari kesempurnaan, akan tetapi diharapkan dapat memberikan manfaat keimuan yang berarti dalam bidang khzannah Ekonomi Islam.

Bandar Lampung, 2020

Herdiana Novita Sari
NPM 1651010526

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul	1
B. Alasan Memilih Judul	2
C. Latar Belakang Masalah	3
D. Fokus Penelitian	9
E. Rumusan Masalah	10
F. Tujuan Penelitian	10
G. Manfaat Penelitian	11
H. Metode Penelitian	11

BAB II LANDASAN TEORI

A. Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah	
1. Pengertian Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah	26
2. Karakteristik Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah	27
3. Ciri-Ciri Usaha Mikro	30
4. Kelebihan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah	31
5. Kelemahan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah	33
6. Potensi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah	35
B. Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Menurut Perspektif Islam	
1. Usaha Mikro Menurut Perspektif Ekonomi Islam	37
2. Karakteristik Usaha Mikro Menurut Perspektif Ekonomi Islam	37
3. Ciri-Ciri Usaha Mikro Menurut Perspektif Ekonomi Islam	38
4. Dasar Hukum Perspektif Ekonomi Islam	40
C. Analisis SWOT	
1. Definisi SWOT	42
2. Teori Analisis SWOT	43
3. Manfaat Analisis SWOT	44
4. Tujuan Dan Fungsi Analisis SWOT	45
5. Keunggulan Analisis SWOT	47
6. Keterbatasan Analisis SWOT	47
7. Cara Dan Tahapan Pembuatan Analisis SWOT	48
8. Analisis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Menggunakan SWOT ..	50
D. Tinjauan Pustaka	51

BAB III PENYAJIAN DATA LAPANGAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	56
B. Gambaran Umum Sentra UMKM Keripik	
1. Sejarah Sentra UMKM Keripik	58
2. Struktur Organisasi Semtra UMKM Keripik	60

3. Perkembangan Sentra UMKM Keripik	61
---	----

BAB IV ANALISIS DATA

A. Potensi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) kripik pisang berdasarkan analisis SWOT dalam perspektif ekonomi islam	65
B. Prospek kelangsungan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) keripik pisang dari segi pengalaman, pelayanan serta pengetahuan	75

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	80
B. Saran	81

Daftar Pustaka

Lampiran-Lampiran



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Matrik IFAS	20
Tabel 2 Matrik EFAS	22
Tabel 3 Marik Eksternal Dan Internal	23
Tabel 4 Matrik SWOT	25
Tabel 5 Kriteria Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Berdasarkan Aset Dan Omset	26
Tabel 6 Karakteristik Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah	39
Tabel 7 Struktur Organisasi	60
Tabel 8 Data UMKM Keripik Pisang Jalan ZA Pagar Alam	63
Tabel 9 Matrik IFAS	66
Tabel 10 Matrik EFAS	68
Tabel 11 Matrik SWOT	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Diagram Analisis SWOT	57
Gambar 2 Diagram SWOT	71



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Berita Acara Seminar Proposal

Lampiran 2 : Sk Pembimbing

Lampiran 3 : Berita Acara Munaqosa

Lampiran 4 : Blanko Konsultasi

Lampiran 5 : Surat Izin Riset

Lampiran 6 : Wawancara

Lampiran 7 : Kuisioner/Angket

Lampiran 8 : Daftar Jawaban Responden

Lampiran 9 : Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebagai kaarangka awal sebelum penulis menguraikan pembahasan lebih lanjut mengenai judul ini, dan guna memperoleh gambaran yang jelas dan memudahkan dalam memahami serta untuk menghindari kekeliruan bagi pembaca. Penegasan ini dimaksudkan untuk membatasi permasalahan dan menghindari salah penafsiran. Artinya, dengan adanya penegasan pada setiap kata maka semuanya akan menjadi jelas, terarah, dan mudah dipahami. Adapun istilah-istilah yang terdapat dalam judul **“Analisis Potensi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Kripik pisang Perspektif Ekonomi Islam (studi pada sentra UMKM kripik pisang jalan ZA. Pagar Alam Kota Bandar Lampung)”** adalah:

1. Analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan atau perbuatan, dan sebagainya) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya (sebab musabab duduk perkaranya, dan sebagainya).²
2. Potensi adalah kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk mengembangkan, kekuatan, kesangupan, daya.³

² Petter Salim dan yenny Salim, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*, Modern English Pers, Jakarta, 1999, hlm.43

3. Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan usaha yang memiliki peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, oleh karena itu selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil pembangunan.⁴
4. Ekonomi Islam adalah ilmu yang mempelajari usaha manusia untuk mengalokasikan dan mengelola sumber daya untuk mencapai falah berdasarkan pada prinsip-prinsip dan nilai-nilai Alquran dan Sunnah.⁵

B. Alasan Memilih judul

Adapun yang menjadi alasan penulis dalam memilih dan menetapkan judul tersebut untuk di teliti adalah sebagai berikut:

1. Alasan objektif

Di provinsi lampung banyak terdapat tanaman pohon pisang dengan total buah sebanyak 70.071,25 ton pada tahun 2016, provinsi lampung berpotensi untuk memajukan ekonomi dengan meningkatkan produktivitas pisang, karena pisang tidak hanya dapat

³ Departemen pendidikan nasional, kamus besar bahasa indonesia pusat bahasa, jakarta, edisi keempat, pt gramedia, 2011, .hlm 1096

⁴ Widayanto, “analisis potensi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) konveksi riyan collection di kabupaten kodus” *jurnal administrasi bisnis* , Vol. 6 No. 1 (maret 2017), h.25

⁵ Pusat pengkajian dan pengembangan ekonomi islam (p3EI) Universitas islam indonesia योगyakarta, *ekonomi islam*, jakarta: rajawali pers, 2013, h. 19

di konsumsi mentah tetapi bisa di olah menjadi makanan lain seperti kripik pisang, sale pisang dan tepung pisang. Sudah banyak UMKM yang memproduksi atau menjual olahan pisang salah satunya di kota bandar lampung yang berada di jalan ZA pagar alam.

2. Alasan subjektif

Permasalahan yang peneliti temui berkaitan dengan masalah-masalah ekonomi, dimana ruang lingkup pembahasan berkaitan dan sesuai dengan disiplin ilmu yang penulis ambil, yaitu program studi Ekonomi Islam. Literatur yang memadai dalam mendukung penulis tersedia di perpustakaan, jurnal, artikel, dan data yang di peroleh dari wawancara serta kuisioner.

C. Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan bagian terpenting dalam perekonomian Indonesia dapat dikatakan telah menjadi motor penggerak terbesar perekonomian ketika krisis moneter melanda Indonesia pada tahun 1998, UMKM ini yang justru dapat bertahan diantara perusahaan-perusahaan besar lainnya yang runtuh. UMKM merupakan potensi bisnis yang sangat digalakkan oleh pemerintah karena semakin banyak masyarakat berwirausaha maka semakin baik dan kokohnya perekonomian suatu daerah karena sumber daya lokal, pekerja

lokal, dan pembiayaan lokal dapat terserap dan bermanfaat secara optimal.⁶

Keberadaan UMKM tidak dapat dihapuskan ataupun dihilangkan dari masyarakat bangsa ini karena keberadaannya sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat. Selain itu masyarakat mampu menciptakan kreatifitas yang dituangkan dalam karya masyarakat dan mengembangkan unsur-unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat. Pada sisi lain UMKM mampu menyerap tenaga kerja dalam skala yang besar sehingga hal ini mampu mengurangi pengangguran yang ada di Indonesia. Program pengembangan usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) sebagai salah satu *instrumen* untuk menaikkan daya beli masyarakat yang pada akhirnya akan menjadi kutub pengaman dari krisis moneter pengembangan UMKM menjadi sangat strategis dalam mengerjakan perekonomian nasional mengingat kegiatan usaha hampir mencakup hampir semua lapangan usaha sehingga kontribusi UMKM menjadi sangat besar bagi peningkatan pendapatan perlu untuk dikembangkan karena pengembangan ini akan berpengaruh penting

⁶ M. Tohar, Membuka Usaha Kecil, Cetakan Pertama, (Yogyakarta: Kanisius, 2000), h.45

terhadap peningkatan perekonomian masyarakat untuk mencapai kesejahteraan.⁷

Dalam pengembangan UMKM langkah ini tidak semata-mata merupakan langkah yang harus di ambil oleh pemerintah dan hanya menjadi tanggung jawab pemerintah pihak UMKM sendiri sebagai pihak internal yang di kembangkan dapat bersama-sama dengan pemerintah untuk mengembangkan UMKM karena potensi yang mereka miliki dapat menciptakan kreatifitas usaha dengan memanfaatkan fasilitas yaang diberikan oleh pemerintah. Salah satu alat analisis situasional yang bertahan lama dan digunakan oleh prusahaan dan sektor swasta pada pemberdayaan UMKM sangatlah besar trutama dalam meningkatkan potensi UMKM. Prusahaan swasta lebih banyak mengunakan formulasi strategi analisis SWOT (*strengghs, weaknesses, opportunities, dan threats*).⁸

Usaha Mikro Kecil dan Menengah masih memiliki berbagai permasalahan dalam proses perkembangannya , secara faktor Internal ada pada rendahnya kualitas sumber daya manusia, lemahnya jaringan usaha dan kemampuan penetrasi pasar, kurangnya permodalan, masalah

⁷ feni dewi angeraini, imam hardjanto, ainul hayat, "pengembangan usaha mikri kecil dan menengah (UMKM) melalui fasilitas pihak eksternal dan potensi internal". *jurnal administrasi publik (JAP)*, vol.1, no. 6 , h.1287

⁸ Suryadi prawirosentono dan dewi primasari, manajemenstrategik & pengambilan keputusan korporasi (strategic manajemen & corporate decision making), (jakarta: PT bumi aksara, 2014), h.26

teknologi, serta masalah organisasi, dan manajemen. Selain itu faktor eksternal yang merupakan permasalahan berasal dari luar UMKM itu sendiri, tetapi dapat menghambat perkembangan sektor ini adalah iklim usaha belum sepenuhnya kondusif, terbatasnya sarana dan prasarana usaha, implikasi otonomi daerah, implikasi perdagangan bebas, kebijakan pemerintah yang cenderung tidak konsisten dan diskriminatif, dan ekspansi pasar modern.⁹

Di provinsi lampung memiliki tanaman buah unggulan yaitu pisang dengan total buah sebesar 70.071,25 ton pada tahun 2016, provinsi lampung berpotensi untuk memajukan ekonomi dengan meningkatkan produktivitas pisang, karena pisang tidak hanya dapat di konsumsi mentah tetapi bisa di olah menjadi makanan lain seperti kripik pisang, sale pisang dan tepung pisang.¹⁰ Dalam islam pun telah disebutkan bahwa Allah memang menciptakan apa yang ada di bumi ini agar manusia memikirkan kebesaran Allah SWT seperti yang ada di dalam Al-Qur'an berikut ini:

وَهُوَ الَّذِي أَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَأَخْرَجْنَا بِهِ نَبَاتَ كُلِّ شَيْءٍ فَأَخْرَجْنَا
مِنْهُ خَضِرًا نُخْرِجُ مِنْهُ حَبًّا مُتَرَاكِبًا وَمِنَ النَّخْلِ وَمِنَ تَلْعِهَا قِنْوَانٌ دَانِيَةٌ

⁹ Ibid, h. 1289

¹⁰ Risky marliana putri, dewi haryanto, adia nugraha “analisis kinerja internal eksternal agroindustri kripik pisang”, *jurnal JLLA*, Vol. 7, No. 2 (mei I 2019), h.203

وَجَنَّتْ مِنْ أَعْنَابٍ وَالزَّيْتُونَ وَالرُّمَانَ مُشْتَبِهًا وَغَيْرَ مُتَشَبِهٍ^{٩٩} أَنْظُرُوا إِلَى
ثَمَرِهِ إِذَا أَثْمَرَ وَيَنْعِهِ إِنَّ فِي ذَٰلِكُمْ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يُؤْمِنُونَ ﴿٩٩﴾

Artinya: dan Dialah yang menurunkan air hujan dari langit, lalu Kami tumbuhkan dengan air itu segala macam tumbuh-tumbuhan Maka Kami keluarkan dari tumbuh-tumbuhan itu tanaman yang menghijau. Kami keluarkan dari tanaman yang menghijau itu butir yang banyak; dan dari mayang korma mengurai tangkai-tangkai yang menjulai, dan kebun-kebun anggur, dan (kami keluarkan pula) zaitun dan delima yang serupa dan yang tidak serupa. perhatikanlah buahnya di waktu pohonnya berbuah dan (perhatikan pulalah) kematangannya. Sesungguhnya pada yang demikian itu ada tanda-tanda (kekuasaan Allah) bagi orang-orang yang beriman. (Al-Anam 99)¹¹

Allah menjelaskan dari ayat tersebut tentang salah satu nikmatnya yang besar yang di perlukan oleh manusia dan yang lainnya yaitu bahwa Allah menurunkan air dari langit yang datang silih berganti disaat orang-orang memerlukannya. Lalu Allah menumbuhkan segala sesuatu yang dikarunia Allah, hidup lapang dengan rizkinya, dan bersuka cita dengan kebajikannya. Kekeringan, kekurangan dan penceklik lenyap dari mereka. Hati berbunga-bunga, wajah berseri-seri, para hamba meraih rahmat Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Peyayang berupa sesuatu yang denganya mereka merasakan nikmat dan suka cita. Dengan datangnya air hujan akan membawa rahmat yang akan membuat tanah menjadi subur

¹¹ Departemen agama RI, Al-Quran dan terjemahan, Bandung: CV penerbit Diponogoro, 2003

tanaman menjadi segar. Maka di dalam ciptaan Allah itu semua yang berada di luar angkasa maupun yang terlihat di atas bumi terdapat tanda-tanda kebesaran dan kekuasaan-Nya bagi orang-orang yang berakal dan menggunakan akalnyanya untuk merenungkan dan memikirkannya. Manusia yang berfikir akan kebesaran Allah SWT pasti akan berfikir bagaimana cara memanfaatkan kekayaan alam yang telah di berikan oleh Allah SWT agar menjadi sesuatu yang bermanfaat dan salah satunya menjadi sumber rejeki untuk diolah dan diperdagangkan hasil dari kekayaan alam (perkebunan) tersebut.

Sehingga di provinsi lampung allah karuniai tumbuhan yang subur dan berkembang secara baik salah satunya adalah pohon pisang yang buahnya tidak hanya di makan begitu saja tetapi dapat di olah dengan berbagai macam aneka. Dengan banyaknya buah pisang sehingga banyak masyarakat bandar lampung yang mengelolanya menjadi berbagai makanan salah satunya adalah keripik pisang, Saat ini keripik pisang telah menjadi identik sebagai panganan khas sekaligus oleh-oleh dari provinsi Lampung. Permintaan akan keripik pisang khususnya di kota Bandar Lampung pun cukup tinggi.

Dari latar belakang di atas maka dibuatlah penelitian ini untuk mengetahui bagaimana potensi Usaha Mikro,Kecil Dan Menengah (UMKM) kripik pisang di jalan ZA pagar alam kota Bandar Lampung.

D. Fokus penelitian

Fokus penelitian merupakan suatu penentuan konsentrasi sebagai pedoman arah suatu penelitian dalam upaya mengumpulkan dan mencari informasi serta sebagai pedoman dalam pembahasan atau menganalisis sehingga penelitian tersebut benar-benar mendapatkan hasil yang diinginkan. Disamping itu fokus penelitian juga merupakan batas ruang dalam penelitian dan batas ruang dalam pengembangan penelitian supaya penelitian yang dilakukan tidak menjadi sia-sia karena ketidakjelasan pembahasan.

Dengan demikian fokus penelitian ini adalah membahas mengenai analisis potensi usaha ,mikro, kecil dan menengah (UMKM) keipik pisang Perspektif Ekonomi Islam (studi pada sentra UMKM kripik pisang jalan ZA. Pagar Alam Kota Bandar Lampung) dengan melihat potensi yang ada dalam UMKM kripik pisang juga melihat prospek kelangsungan usaha yang dimiliki setiap UMKM kripik pisang di jalan ZA. Pagar Alam Kota Bandar Lampung.

Dengan menggunakan analisis SWOT sebagai identifikasi secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan,¹² Untuk melihat potensi yang ada pada UMKM . Analisis ini berdasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengthst*) dan peluang

¹² Freddy rangkutii, *analisis SWOT* teknik membedah kasus bisnis. (Jakarta : Pt. Gramedia Pustaka, 1977) h.19

(*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*treeats*).

E. Rumusan masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana potensi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) kripik pisang berdasarkan analisis SWOT dalam perspektif ekonomi islam ?
2. Bagaimana prospek kelangsungan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) kripik pisang dari segi pengalaman, pelayanan serta pengetahuan?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui potensi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Kripik pisang berdasarkan analisis SWOT dalam perspektif ekonomi islam.
2. Untuk mengetahui prospek kelangsungan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Kripik pisang.

G. Manfaat penelitian

Dari setiap penelitian tentunya akan di peroleh hasil yang diharapkan dapat memberi manfaat bagi penelitian maupun pihak lain yang membutuhkan. Adapun yang menjadi manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa

Dapat menjadi tambahan wawasan dalam hal keilmuan mengenai Potensi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Kripik pisang perspektif ekonomi islam.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Memberi manfaat untuk memperluas gambaran dalam penulisan skripsi. Bisa menjadi studi pembandingan maupun penunjang dalam penelitian mereka selanjutnya.

H. Metode Penelitian

Untuk mempermudah dalam proses penelitian dan memperoleh hasil data dan informasi yang valid, maka dalam tulisan ini penulis akan menguraikan metode penelitian yang dipergunakan.

1. Jenis dan Sifat Penelitan

a. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian penelitian yang bertujuan untuk mempelajari

secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi lingkungan suatu unit baik individu, kelompok, lembaga atau masyarakat.¹³ Penelitian lapangan dilakukan dengan menggali data yang bersumber dari lokasi atau lapangan penelitian yang berada di jalan za pagar alam gang PU, kemiling, kota Bandar Lampung. Dengan penlitian Potensi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Kripik pisang Perspektif Ekonomi Islam (studi pada UMKM kripik pisang di jalan ZA pagar alam, kota Bandar Lampung).

b. Sifat penelitian

Penelitian ini bersifat deskripsi analisis, karena dalam penelitian ini memberikan gambaran tentang Potensi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Kripik pisang di jalan ZA pagar alam Kota Bandar Lampung. serta penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data, jadi juga menjadikan data, menganalisis serta menginterpretasikan. Deskriptif adalah penelitian yang diarahkan untuk memberikan gejala-gejala, fakta-fakta, atau kejadian-

¹³Sumadi Suryabrata, "*Metodologi Penelitian*" (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 1998), h. 22.

kejadian secara sistematis dan akurat, mengenai sifat-sifat populasi atau daerah tertentu.¹⁴

2. Sumber Data

Untuk mengumpulkan informasi yang di peroleh dalam penelitian ini menggunakan data sebagai berikut :

a. Data primer

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari responden atau objek yang diteliti.¹⁵ Data primer yang dimaksud adalah data-data yang penulis peroleh secara langsung dengan melakukan interview (wawancara) dan kuisioner kepada pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Kripik pisang di jalan za pagar alam kota Bandar Lampung.

b. Data skunder

Data Sekunder merupakan data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengelolanya¹⁶ dalam penelitian ini penulis mendapatkan data sekunder dengan mengutip literature dari buku-buku yang berhubungan dengan penelitian dan data-data dari Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Kripik pisang di jalan za pagar alam kota Bandar lampung.

¹⁴Nurul Zuriah, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan Teori-Aplikasi* (Jakarta : Bumi Aksara, 2007), h. 47

¹⁵ Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta : Erlangga, 2003), h. 8

¹⁶ Soeratno dan Lincolin Arsyiad, *Metodologi Penelitian : Untuk Ekonomi dan Bisnis, Rev. Ed* (Yogyakarta : UUP STIM YKPN, 2008), h. 71

3. Populasi Dan Sampel

a. Populasi

Populasi Adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹⁷ Populasi yang di gunakan dalam penelitian ini adalah Ketua kelompok usaha bersama (KUB) telo rejeki dan Seluruh pelaku UMKM keripik pisang berjumlah 32

b. Sampel

Sampel Untuk mewakili populasi yang telah ditetapkan dalam penelitian ini maka diperlukan sampel sebagai cerminan guna menggambarkan keadaan populasi dan agar lebih mudah dalam melaksanakan penelitian. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Secara teknis pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampling jenuh. Teknik sampling jenuh ini adalah teknik sampling yang di lakukan dengan pengambilan semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.¹⁸ Penelitian ini mengambil sampel berjumlah 32 pelaku UMKM kripik.

¹⁷ Prof. DR. Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung : Alfabeta 2012), h 389

¹⁸ Bungin, B.H.M, *metode penelitian kuantitatif*, (jakarta: kencana pradena media group 2006), h.80

4. Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang di perlukan dalam penelitian ini penulis mengunakan metode-metode sebagai berikut :

a. Observasi

Metode observasi adalah metode yang di gunakan untuk mengamati, dengan meliputi pemusatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh indra.¹⁹ Jadi observasi merupakan suatu penyelidikan yang dilakukan secara sistematis dan sengaja diadakan dengan menggunakan alat indra terutama mata terhadap kejadian-kejadian yang sedang berlangsung dan dapat di analisis pada kejadian itu terjadi. Di bandingkan metode survey metode observasi lebih evektif. Metode observasi yang digunakan adalah non partisipan observasai yang artinya adalah pneliti tidak ikut serta secara langsung dalam kegiatan yang sudah dlaksanakan, peneliti hanya mengamati saja kegiatan yang sedang berjalan.²⁰

b. Wawancara

Metode wawancara adalah proses Tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dalam mana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-

¹⁹Suharsimi Arikunto, prosedur penelitian suatu pendekatan praktek (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), h.145

²⁰ Prof. DR. Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung : Alfabeta 2012), h.204

informasi atau keterangan-keterangan. Wawancara dapat dilakukan secara struktural maupun tidak terstruktur, dan dapat dilakukan melalui tatap muka (face to face) maupun dengan menggunakan media online.²¹ Dalam proses ini penulis melakukan interview tujuannya adalah untuk mendapatkan data informasi yang valid dan holistik sehingga kebenaran hasil penelitian dapat diukur langsung dari informan. Dengan menggali informasi dan data yang akurat yang di ajukan kepada ketua UMKM kripik pisang serta konsumen mengenai Potensi prospek Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Kripik pisang di jalan ZA pagar alam Kota Bandar Lampung. Dan dengan teknik wawancara ada timbal balik antara peneliti dengan responden sehingga informasi yang dibutuhkan sesuai dengan fakta dan terkumpul dengan sebenarnya.

c. Kuisisioner/Angket

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup dan terbuka yang dapat diberikan kepada responden secara langsung maupun di kirim lewat pos dan

²¹ *Ibid*, h. 194

internet.²² Pada penelitian ini kuesioner digunakan untuk mengetahui potensi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Kripik pisang di jalan ZA pagar alam Kota Bandar Lampung.

Penentuan nilai jawaban untuk setiap pertanyaan menggunakan metode Skala *Likert* dengan pembobotan setiap pertanyaan sebagai berikut:²³

- 1) Jika memilih jawaban Sangat Setuju (SS), maka diberi nilai 4.
- 2) Jika memilih jawaban Setuju (S), maka diberi nilai 3.
- 3) Jika memilih jawaban Tidak Setuju (TS), maka diberi nilai 2.
- 4) Jika memilih jawaban Sangat Tidak Setuju (STS), maka diberi nilai 1.

d. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mengumpulkan sejumlah besar fakta dan data yang tersimpan yang berbentuk dokumentasi. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, catatan harian atau karya-karya monumental dari seseorang.²⁴ Adapun Kegiatan dokumentasi digunakan untuk mendapatkan data pendukung dalam melengkapi data-data pada dokumen-dokumen, catatan harian, perpustakaan

²²Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial* (Bandung: Mandar Maju, 1996), h. 142.

²³Albert Kurniawan, *Metode Riset Untuk Ekonomi dan Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 72.

²⁴ *Ibid*, h. 422

dan arsip yang ada pada pemberkasan UMKM kripik pisang di jalan ZA pagar alam Kota Bandar Lampung.

5. Analisis dan pengelolaan data

a. Analisis SWOT

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis SWOT dengan pendekatan deskriptif kualitatif, yang terdiri dari kekuatan (*Strenghts*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threaths*). Analisis ini didasarkan logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strenghts*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threaths*).

Kekuatan (*Strenghts*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threaths*) merupakan faktor-faktor strategis suatu perusahaan yang sangat penting untuk dianalisis dalam kondisi saat ini. Hal ini disebut dengan analisis situasi dengan model analisis SWOT.²⁵

Analisis SWOT ini akan dilakukan pada pelaku usaha serta pengunjung untuk mengetahui potensi UMKM serta perpek kelangsungan usaha dari segi pengetahuan, pengalaman serta

²⁵Freddy rangkuti , *analisis SWOT teknok membedah kasus bisnis* (Jakarta : gramedia pustaka utama, 2018) h.20

persepsi konsumen atau pengunjung di pusat kebudayaan dan olahraga (PKOR) wayhalim kota bandar lampung.

b. Matrik IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

Terdapat lima tahap penyusunan matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*), berikut ini penjelasannya:²⁶

- 1) Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan.
- 2) Berilah bobot pada masing-masing faktor, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Bobot yang diberikan kepada masing-masing faktor mengidentifikasi tingkat penting relatif dari faktor terhadap keberhasilan perusahaan dalam suatu industri tertentu. Tanpa memandang apakah faktor kunci itu adalah kekuatan atau kelemahan internal, faktor yang dianggap memiliki pengaruh paling besar dalam kinerja organisasi harus diberikan bobot yang tinggi. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.
- 3) Berikan rating 1 sampai 4 bagi masing-masing faktor untuk menunjukkan apakah faktor tersebut memiliki kelemahan yang besar (rating = 1), kelemahan yang kecil (rating = 2), kekuatan yang kecil (rating = 3) dan kekuatan yang besar (rating = 4).

²⁶David dan Fred R. *Manajemen Strategi: Konsep-konsep*, (Jakarta: INDEKS Kelompok Gramedia, 2006), h. 143.

Jadi, rating mengacu pada perusahaan sedangkan bobot mengacu pada industri dimana perusahaan berada.

- 4) Kalikan masing-masing bobot dengan rating untuk mendapatkan skor.
- 5) Jumlahkan total skor masing-masing variabel. Berapapun banyaknya faktor yang dimasukkan dalam matrik IFAS, total rata-rata tertimbang berkisar antara yang rendah 1,0 dan tertinggi 4,0 dengan rata-rata 2,5. Jika total rata-rata dibawah 2,5 ini menandakan bahwa secara internal perusahaan lemah, sedangkan total nilai diatas 2,5 mengindikasikan posisi internal yang kuat.

Tabel 1
Matrik IFAS

FAKTOR-FAKTOR STRATEGI INTERNAL	BOBOT	RATING	BOBOT X RATING
KEKUATAN			
Kekuatan 1	0,15	4	0,60
Kekuatan 2	0,15	4	0,60
Kekuatan 3	0,10	4	0,40
Kekuatan 4	0,05	3	0,15
Kekuatan 5	0,15	3	0,45
KELEMAHAN			
Kelemahan 1	0,05	2	0,10
Kelemahan 2	0,05	2	0,10
Kelemahan 3	0,15	1	0,15
Kelemahan 4	0,10	1	0,10
Kelemahan 5	0,05	1	0,05
TOTAL	1,00		2,85

c. Matrik EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)

Terdapat lima tahap penyusunan matrik EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*):²⁷

- 1) Tentukan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman.
 - 2) Beri bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.
 - 3) Menghitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai 1 sampai 4, dimana 4 (respon sangat bagus), 3 (respon di atas rata-rata), 2 (respon rata-rata), 1 (respon di bawah rata-rata). Rating ini berdasarkan pada efektivitas strategi perusahaan, dengan demikian nilainya berdasarkan pada kondisi perusahaan.
 - 4) Kalikan masing-masing bobot dengan rating-nya untuk mendapatkan score.
 - 5) Jumlahkan semua score untuk mendapatkan nilai total score perusahaan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya.
- Sudah tentu bahwa dalam EFAS Matrix, kemungkinan nilai

²⁷Freddy rangkuti , analisis SWOT teknok membedah kasus bisnis (Jakarta : gramedia pustaka utama, 2018) h.206

tertinggi total score adalah 4,0 dan terendah adalah 1,0. Total score 4,0 mengindikasikan bahwa perusahaan merespon peluang yang ada dengan cara yang luar biasa dan menghindari ancaman-ancaman di pasar industrinya. Total score sebesar 1,0 menunjukkan strategi-strategi perusahaan tidak memanfaatkan peluang-peluang atau tidak menghindari ancaman-ancaman eksternal.

Tabel 2
Matrik EFAS

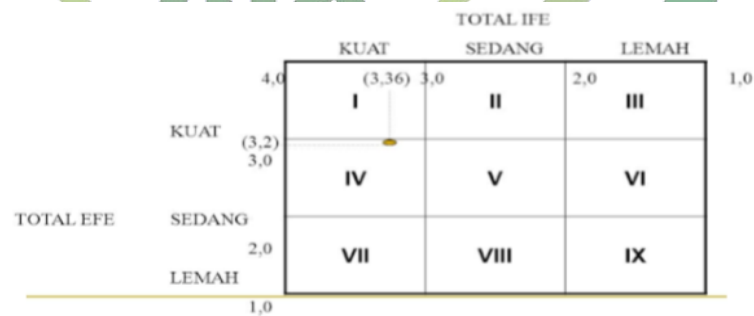
FAKTOR-FAKTOR STRATEGI EKSTERNAL	BOBOT	RATING	BOBOT X RATING
PELUANG			
Peluang 1	0,20	4	0,80
Peluang 2	0,15	4	0,60
Peluang 3	0,15	4	0,60
Peluang 4	0,20	3	0,60
Peluang 5	0,10	3	0,30
ANCAMAN			
Ancaman 1	0,02	2	0,04
Ancaman 2	0,05	2	0,10
Ancaman 3	0,05	2	0,10
Ancaman 4	0,05	1	0,05
Ancaman 5	0,03	1	0,03
TOTAL	1,00		3,17

d. Matrik Eksternal-Internal

Matriks IE (Internal-Eksternal) merupakan pemetaan skor matriks EFAS dan IFAS yang telah dihasilkan dari tahap input (input stage) dan memposisikan perusahaan dalam tampilan sembilan sel. Matriks IE didasarkan pada dua dimensi kunci

yaitu total skor pembobotan IFAS pada sumbu horizontal dan total skor pembobotan EFAS pada sumbu vertikal. Pada sumbu horizontal dari matriks IE, total skor bobot dari 1,0 hingga 1,99 menunjukkan posisi internal lemah; nilai dari 2,0 hingga 2,99 adalah sedang; dan nilai dari 3,0 hingga 4,0 adalah posisi internal yang kuat. Pada sumbu vertikal dari matriks IE, total skor bobot dari 1,0 hingga 1,99 menunjukkan posisi eksternal yang lemah; nilai dari 2,0 hingga 2,99 menunjukkan pengaruh eksternal sedang; dan nilai dari 3,0 hingga 4,0 adalah pengaruh eksternal yang kuat.²⁸

Tabel 3
Matrik internal-eksternal



		TOTAL IFE			
		KUAT	SEDANG	LEMAH	
TOTAL EFE	KUAT	4,0 (3,36) 3,0 I	3,0 II	2,0 III	1,0
	SEDANG	IV	V	VI	
	LEMAH	VII	VIII	IX	
		1,0			

Keterangan:

- 1) I : Strategi konsentrasi melalui integrasi vertikal.
- 2) II : Strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal.
- 3) III : Strategi turnaround.

²⁸ *Ibid*, h.207

- 4) IV : Strategi stabilitas
- 5) V : Strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal atau stabilitas (tidak ada perubahan pada laba).
- 6) VI : Strategi divestasi
- 7) VII : Strategi diversifikasi konsentrik.
- 8) VIII : Strategi diversifikasi konglomerat.
- 9) IX : Strategi likuidasi atau bangkrut.

e. Matrik Analisis SWOT

Matriks SWOT merupakan alat-alat yang dipakai untuk mengukur faktor-faktor strategi perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dimiliki. Matriks ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi yang dapat dilihat pada gambar berikut ini:²⁹

²⁹*Ibid*, h, 83-84

Tabel 4
Matrik SWOT

IFAS	STRENGTH	WEAKNESSES
EFAS	Tentukan 5-10 faktor kekuatan internal.	Tentukan 5-10 faktor kelemahan internal.
OPPORTUNITIES Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal.	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.
THREATS (T) Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal.	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang Menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman.

BAB II

PEMBAHASAN

A. Usaha mikro, kecil dan menengah

1. Pengertian usaha, kecil dan menengah

Program pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai salah satu instrument untuk menaikkan daya beli masyarakat, pada akhirnya akan menjadi katup pengaman dari situasi krisis moneter. Pengembangan UMKM menjadi sangat strategis dalam menggerakkan perekonomian nasional, mengingat kegiatan usahanya mencakup hampir semua lapangan usaha sehingga kontribusi UMKM menjadi sangat besar bagi peningkatan pendapatan bagi kelompok masyarakat berpendapatan rendah.³⁰

Pada Bab I pasal 1 UU No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), maka yang dimaksud dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah:

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang

³⁰Ahmad rifa'i "peran dalam pembangunan daerah : fakta provinsi lampung". *Jurnal ilmiah administrasi publik dan pembangunan*, Vol.1 No. 2, (juli-desember 2010), h.3

bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung.

- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri.

2. Karakteristik Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Karakteristik usaha mikro, kecil dan menengah Menurut UU nomor 20 tahun 2008 adalah UMKM sebagai perusahaan yang digolongkan sebagai perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu. Adapun pengolongan berdasarkan jumlah aset dan omset yang dimiliki oleh sebuah usaha :

Tabel 5
Kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah
berdasarkan aset dan omset

No	Usaha	Kriteria	
		Asset	Omset
1	Usaha mikro	Maks. 50 juta	Maks.300 juta
2	Usaha kecil	>50 juta-500 juta	>300 juta-2,5 miliar
3	Usaha menengah	>500juta-100 miliar	>2,5 miliar-50 miliar

Sumber: kerjasama LPPI dengan Bank Indonesia

Karakteristik UMKM adalah sifat atau kondisi faktual yang melekat pada aktifitas usaha maupun perilaku pengusaha dalam menjalankan bisnisnya, Karakter ini menjadi ciri pembeda antara pelaku usaha sesuai dengan skala usahanya. Menurut Bank Dunia, UMKM dapat dikelompokkan menjadi tiga yaitu: a. Usaha Mikro (jumlah karyawan 10 orang), b. Usaha Kecil (jumlah karyawan 30 orang), dan c. Usaha Menengah (jumlah karyawan hingga 300 orang).³¹ Dalam perspektif usaha UMKM diklasifikasikan dalam empat kelompok, yaitu³²:

- a. UMKM sektor informal, contohnya pedagang kaki lima.
- b. UMKM mikro, adalah kelompok usaha dengan kemampuan pengrajin namu masih kurang memiliki jiwa kewirausahaan untuk mengembangkan usahanya.
- c. Usaha kecil dinamis adalah sekelompok UMKM yang mampu berwirausah dengan menjalin kerjasama (menerima pekerjaan kontrak) dan ekspor.
- d. *Fast moving* adalah UMKM yang mempunyai kewirausahaan yang cakap dan telah siap bertransformasi menjadi usaha besar.

³¹ Profil bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), *jurnal*: kerjasama LPPI dengan Bank Indonesia, 2015, h.11

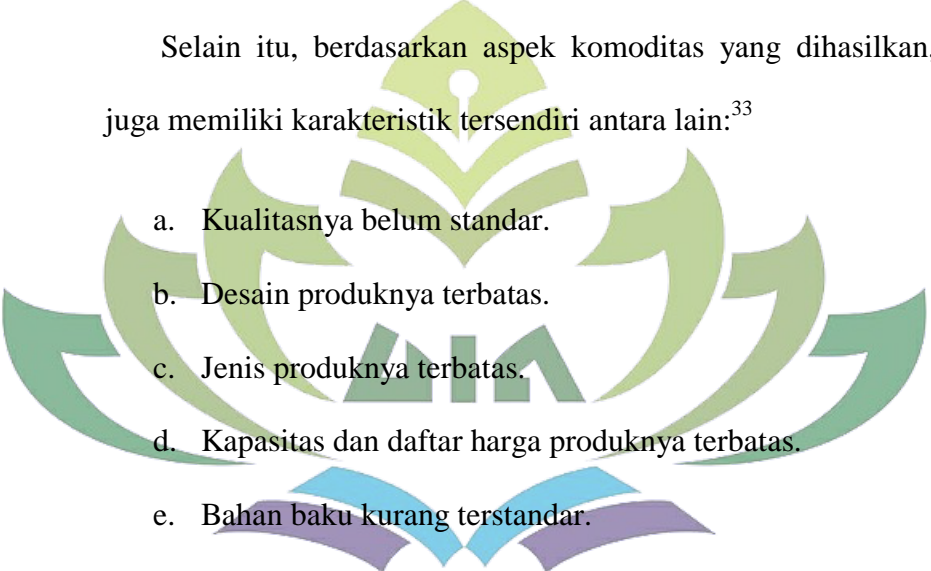
³² *Ibid*, h.12

Tabel 6
Karakteristik Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Ukuran Usaha	Karakteristik
Usaha Mikro	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jenis barang/komoditi tidak selalu tetap sewaktu-waktu akan berganti. 2. Tempat usahanya tidak menetap sewaktu-waktu akan berpindah tempat. 3. Belum melakukan administrasi keuangan yang sederhana sekalipun. 4. Tidak memisahkan keuangan keluarga dengan keuangan usaha. 5. Sumber daya manusia yang belum menguasai di bidang kewirausahaan. 6. Tingkat pendidikan yang rendah. 7. Rata-rata pelaku usaha blum terakses pada perbankan namaun beberapa sudah terases pada lembaga keuangan non-bank. 8. Tidak memiliki surat izin usaha atau NPWP, contohnya pedagang kakilima serta pedagang di pasar.
Usaha Kecil	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jenis barang atau komoditi yang di produksi sudah tetap tidak gampang berubah. 2. Lokasi usaha sudah tetap 3. Sudah melakukan administrasi keuangan meskipun masih sederhana. 4. Keuangan usaha dan keuangan keluarga suda mualai dipisah. 5. Sudah membuat neraca usaha. 6. Sudah memiliki surat izin usaha dan memiliki NPWP. 7. Sumberdaya manusia telah berpengalaman dalam berwirausaha. 8. Sebagaian telah terakses keperbankan sebagai keperluan modal. 9. Sebagaian besar belum bisa melakukan menejemen usaha dengan baik seperti <i>business planning</i>. Contohnya pedagang grosir dan pedagang pengepul lainnya
Usaha Menengah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki manajemen dan organisasi yang lebih baik dengan pembagian tugas yang jelas antara lain, bagian keuangan, bagian pemasaran dan bagian prduksi. 2. Telah melakukan majemen keuangan dengan menerapkan sistem akuntansi dengan teratur sehingga memudahkan dalam proses <i>auditing</i> penelitian atau pemeriksaan termasuk oleh

	<p>perbankan.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Telah melakukan aturan pengelolaan dan organisasi pemburuan . 4. Sudah memiliki surat legalitas seperti izin tetangga. 5. Sudah memilki akses kepada sumber pendanaan perbankan. 6. Sudah memiliki sumberdaya manusia yang terdidik dan terlatih. Contohnya usaha pertambangan batu gunung untuk kontruksi dan marmer buatan.
--	---

Selain itu, berdasarkan aspek komoditas yang dihasilkan, UMKM juga memiliki karakteristik tersendiri antara lain:³³

- 
- a. Kualitasnya belum standar.
 - b. Desain produknya terbatas.
 - c. Jenis produknya terbatas.
 - d. Kapasitas dan daftar harga produknya terbatas.
 - e. Bahan baku kurang terstandar.
 - f. Kontinuitas produk tidak terjamin dan kurang sempurna.

3. Ciri-ciri Usaha Mikro

Adapun ciri-ciri usaha mkro sebagai berikut : ³⁴

- a. Jenis barang/komoditi tidak selalu tetap, bisa sewaktu-waktu berganti.

³³ *Ibid*, h.16

³⁴ *Ibid*, h.17

- b. Tempat usahanya tidak selalu menetap, sewaktu-waktu bisa berpindah tempat.
- c. Sumberdaya manusia (pengusahanya) belum memiliki jiwa berwirausaha yang memadai.³⁵
- d. Tingkat pendidikan rata-rata relatif rendah.
- e. Belum terakses pada perbankan, namun sebagian dari mereka sudah terakses di lembaga keuangan non-bank.
- f. Tidak memiliki surat izin usaha dan surat lainya seperti NPWP.

4. Kelebihan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah

Peran penting UMKM tidak hanya berarti bagi pertumbuhan di kotakota besar tetapi berarti juga bagi pertumbuhan ekonomi di pedesaan. Berikut beberapa peran penting UMKM:³⁶

- 1) UMKM berperan dalam memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, serta mewujudkan stabilitas nasional.
- 2) Krisis moneter 1998 -> Krisis 2008-2009 -> 96% UMKM tetap bertahan dari goncangan krisis.

³⁶ *Ibid*, h.20

- 3) UMKM juga sangat membantu negara/pemerintah dalam hal penciptaan lapangan kerja baru dan lewat UMKM juga banyak tercipta unit-unit kerja baru yang menggunakan tenaga-tenaga baru yang dapat mendukung pendapatan rumah tangga.
- 4) UMKM memiliki fleksibilitas yang tinggi jika dibandingkan dengan usaha yang berkapasitas lebih besar, sehingga UMKM perlu perhatian khusus yang didukung oleh informasi akurat, agar terjadi link bisnis yang terarah antara pelaku usaha kecil dan menengah dengan elemen daya saing usaha, yaitu jaringan pasar.
- 5) UMKM di Indonesia, sering dikaitkan dengan masalah-masalah ekonomi dan sosial dalam negeri seperti tingginya tingkat kemiskinan, ketimpangan distribusi pendapatan, proses pembangunan yang tidak merata antara daerah perkotaan dan perdesaan, serta masalah urbanisasi. Perkembangan UMKM diharapkan dapat memberikan kontribusi positif yang signifikan terhadap upaya-upaya penanggulangan masalah-masalah tersebut di atas.

Dengan demikian, bisnis UMKM mempunyai peran strategis dalam perekonomian Indonesia karena:³⁷

- 1) Kedudukannya sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi di berbagai sektor.

³⁷ *Ibid*, h.21

- 2) Penyedia lapangan kerja yang terbesar.
- 3) Pemain penting dalam pengembangan kegiatan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat.
- 4) Pencipta pasar baru dan sumber inovasi
- 5) Sumbangannya dalam menjaga neraca pembayaran melalui kegiatan ekspor.

5. Kelemahan Usaha Mikro, Kecil dan Mmenengah

Berikut ini beberapa kendala hambatan yang sering muncul dalam UMKM:³⁸

a. Internal

- 1) Sekitar 60-70% UMKM belum mendapat akses atau pembiayaan perbankan.
- 2) Diantara penyebabnya, hambatan geografis. Belum banyak perbankan mampu menjangkau hingga ke daerah pelosok dan terpencil. Kemudian kendala administratif, manajemen bisnis UMKM masih dikelola secara manual dan tradisional, terutama manajemen keuangan. Pengelola belum dapat memisahkan antara uang untuk operasional rumah tangga dan usaha.
- 3) Kurangnya pengetahuan mengenai teknologi produksi terbaru dan cara menjalankan quality control terhadap produk.

³⁸ *Ibid*, h.18-19

- 4) Kemampuan membaca kebutuhan pasar masih belum tajam, sehingga belum mampu menangkap dengan cermat kebutuhan yang diinginkan pasar.
- 5) Pemasaran produk masih mengandalkan cara sederhana mouth to mouth marketing (pemasaran dari mulut ke mulut). Belum menjadikan media sosial atau jaringan internet sebagai alat pemasaran.

b. Eksternal

- 1) Koordinasi antar stakeholder UMKM masih belum padu. Lembaga pemerintah, institusi pendidikan, lembaga keuangan, dan asosiasi usaha lebih sering berjalan masing-masing.
- 2) Belum tuntasnya penanganan aspek legalitas badan usaha dan kelancaran prosedur perizinan, penataan lokasi usaha, biaya transaksi/ usaha tinggi, infrastruktur, kebijakan dalam aspek pendanaan untuk UMKM.
- 3) Terbatasnya sarana dan prasarana usaha terutama berhubungan dengan alat-alat teknologi.
- 4) Kebanyakan UMKM menggunakan teknologi yang masih sederhana.
- 5) Keterbatasan akses terhadap bahan baku, sehingga seringkali UMKM mendapatkan bahan baku yang berkualitas rendah.

- 6) Akses terhadap teknologi, terutama bila pasar dikuasai oleh perusahaan/ grup bisnis tertentu.
- 7) Belum mampu mengimbangi selera konsumen yang cepat berubah, terutama bagi UMKM yang sudah mampu menembus pasar ekspor, sehingga sering terlibas dengan perusahaan yang bermodal lebih besar.

6. Potensi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah

Pengembangan UMKM di Indonesia merupakan salah satu prioritas dalam pembangunan ekonomi nasional hal ini selain karna usaha tersebut merupakan tulang punggung sistem ekonomi kerakyatan yang tidak hanya ditujukan untuk mengurangi masalah kesenjangan antar golongan, pendapatan dan antar pelaku usaha, ataupun pengentasan kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja lebih dari itu, memperluas pengembangannya dan basis ekonomi dapat memberikan distribusi yang signifikansi dalam mempercepat perubahan struktual, yaitu meningkatkannya perekonomian daerah dan ketahanan ekonomi nasional. Kegiatan pengembangannya di tujukan sebagai salah satu daerah. Kinerja UMKM di tinjau dari beberapa aspek seperti Nilai tambahan, Unit usaha tenaga kerja dan produktivitas, dan Nilai ekspor.

Kinerja merupakan serangkaian kegiatan manajemen yang memberikan gambaran sejauh mana hasil yang sudah di capai dalam

memaksimalkan tugas dan tanggung jawabnya dalam akuntabilitas publik baik berupa keberhasilan maupun kekurangan yang terjadi.³⁹ Kinerja adalah penentuan secara periodik efektifitas oprasional organisasi, bagaian organisasi dan karyawanya berdasarkan sasaran, standar dan kriteria yang di tetapkan sebelumnya. Sehingga kinerja adalah perestasi yang dicapai suatu organisasi atau entitas dan periode akuntansi yang diukur berdasarkan perbandingan dengan berbagai standarisasi.

Banyak faktor yang mempengaruhi prestasi perusahaan kecil diantaranya adalah pengaruh faktor internal dan eksternal. Keberhasilan teragantung dari kemampuan dalam mengolah kedua faktor ini melalui analisis faktor lingkungan serta pembentukan dan pelaksanaan strategi usaha. Tantangan internal bagi UMKM terutama dalam pengembangan mencakup aspek yang luas yaitu peningkatan kualitas sumber daya manusia, kemampuan manajemen organisasi dan teknologi, kompetensi kewirausahaan akses yang lebih luas terhadap permodalan informasi pasar yang transparan paktor input produksi lainnya, iklim usaha yang sehat dan mendukung inovasai serta kewirausahaan. Faktor internal meliputi jaringan sosial, legalitas, dan dukungan pemerintah. Pembinaan,

³⁹*Ibid*, h.14

teknologi, dan akses pada informasi. Keberhasilan akan tercapai jika adanya kesesuaian antara faktor internal dan faktor eksternal.⁴⁰

B. Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah dalam Perspektif Ekonomi Islam

1. Usaha Mikro menurut perspektif ekonomi islam

Dalam ekonomi mikro ekonomi islam teori dibangun untuk menerangkan dari fenomena yang terjadi dalam suatu waktu dengan menggunakan menggunakan hukum dasar dan beberapa asumsi yang terpenuhi dalam pembentukan teori mikro ekonomi islam, hukum dasar ekonomi murni (yang tidak mengandung nilai filosofi tertentu) tetap digunakan sepanjang hukum dasar tersebut tidak bertentangan dengan hukum syariah. Teori yang digunakan dalam menjelaskan perilaku industri dimulai dari sebuah asumsi yang cukup sederhana yaitu sebuah industri dalam melaksanakan oprasinya yang bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dengan cara dan sumber yang halal.⁴¹

2. Karakteristik usaha mikro dalam perspektif ekonomi islam

Dalam islam telah di atur cara bersosialisasi antar manusia satu dengan lainnya, manusia dengan allah, halal dan haram di setiap aspek kehidupan termasuk dalam aktivitas bisnis agar setiap muslim selalu

⁴⁰ *Ibid*, h.15

⁴¹ Adiwarman A.karim, ekonomi mikro islami edisi keempat, (jakarta: raja grafindo persada 2015), h.2

menjaga prilakunya dan tidak terjerumus kedalam kesesatan. Adapun karakteristik usaha mikro menurut perspektif ekonomi islam :

- a) Usaha mikro pengaruhnya bersifat ketuhanan/ilahih (nizhamun rabbaniyyun
- b) Usaha mikro berdimensi pada akidah atau keakidahan (iqtishadun aqdiyyun).
- c) Berkarakter ta'abbudi (thabi'abbudiyun). Mengingat usaha mikro islam merupakan tata aturan yang berdimensi pada ketuhanan.
- d) Terkait erat dengan ahlak murtabhun bil-akhlaq).
- e) Objektif (al-maudhu'iyyah), islam mengajarkan umatnya supaya berlaku dan bertindak objektif dalam melakukan aktivitas ekonomi
- f) Realistis (al-waqi'iyyah), prakiraan ekonomi khususnya prakiraan bisnis tidak selamanya sesuai di antara teori di satu sisi dengan praktek pada sisi lainnya.

3. Cir-ciri Usaha Mikro dalam perspektif ekonomi islam

Sistem usaha mikro islam lahir dari wahyu, sedang yang lain dari akal pikiran. Usaha mikro mempunyai ciri-ciri khusus yang membedakan dari sistem ekonomi lainnya, yaitu ilahiah dan insaniah.⁴² Berciri ilahiah berdiri di atas dasar aqidah . artinya, usaha mikro islam berlandaskan pada aqidah yang meyakini bahwa harta benda adalah milik Allah SWT

⁴² Muhammad rekti irfani, "peran usah mikro produseen usaha kelanting terhadap peningkatan kesejahteraan menurut perspektif ekonomi islam", IAIN raden intan lampung, fakultas ekonomi dan bisnis islam, ekomi islam 2016, h.23

semata, sedangkan manusia hanya sebagai khalifah yang mengelolanya (istikhlaf) guna berjalanya usaha mikro islam berdiri di atas pilar ahlak yang membentuk para pelaku usaha mikro islam berahlakul karimah dalam segala tindakan ekonominya.⁴³

Berciri insaniah karena memiliki nilai kemanusiaan yang tinggi dan sempurna. Sistem usaha mikro islam tidak membunuh hak individu sebagaimana Allah SWT nyatakan dalam surat Al-Baqarah ayat 29:

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ أَسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ
فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَوَاتٍ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ﴿٢٩﴾

Artinya : *Dia-lah Allah, yang menjadikan segala yang ada di bumi untuk kamu dan Dia berkehendak (menciptakan) langit, lalu dijadikan-Nya tujuh langit. dan Dia Maha mengetahui segala sesuatu.* (Al-Baqarah 29)⁴⁴

Bahwa semua yang ada di bumi diciptakan untuk semua orang namun pada saat yang sama tetap memelihara hak sosial dengan seimbang. Dengan kedua cirikhas diatas, aktivitas sistem usaha mikro islam terbagi dua : pertama individual yaitu aktivitas usaha yang bertujuan mendapatkan keuntungan materi bagi pelakunya, seperti perniagaan, pertukaran dan perusahaan. Kedua, sosial yaitu aktivitas usaha

⁴³ Ibid, h.24

⁴⁴ Departemen agama RI, Al-Quran dan terjemahan, bandung: CV penerbit Diponogoro,

yang mempunyai sebuah tujuan memberikan keuntungan pada orang lain, seperti pemberian, pertolongan dan pertukaran.⁴⁵

4. Dasar Hukum Perspektif Islam

Dalam pandangan tauhid manusia adalah pelaku ekonomi hanya sebatas pemegang amanah, oleh sebab itu manusia harus mengikuti ketentuan allah dalam segala aktivitas, termasuk aktivitas ekonomi ketentuan allah yang harus dipatuhi dalam hal ini tidak hanya bersifat teologis dan moral. Ada tiga aspek yang sangat mendasar dalam ajaran islam yaitu aspek akidah (*tauhid*), hukum (*syari'ah*), dan ahlak. Ekonomi islam sebagai ekonomi sebagai ekonomi *ilahiyyah*, berpijak pada ajaran *tauhid uluhiyyah* ketika seseorang mengesakan dan menyembah Allah dan tidak menyekutukanya. Hal ini berimplikasi pada adanya niat yang tulus bahwa segala pekerjaan yang di kerjakan oleh manusia hanya untuk beribadah kepada Allah SWT. Termasuk ketika kita melakukan kegiatan ekonomi sehari-hari dalam skala ekonomi mikro dan makro hendaklah seseorang mengingat bahwa segala yang dilakukanya hanya untuk beribadah kepada sang pencipta.⁴⁶

Terdapat beberapa firman Allah SWT yang berkaitan dengan usaha mikro salah satunya ada dalam firman Allah SWT Qs At-Taubah ayat 105

⁴⁵ Muhammad rehti irfani, "peran usah mikro produseen usaha kelanting terhadap peningkatan kesejahteraan menurut perspektif ekonomi islam", IAIN raden intan lampung, fakultas ekonomi dan bisnis islam, ekomi islam 2016, h.25

⁴⁶ Ika yunia fauzia, abdul kadir riyadi, prinsip dasar ekonomi islam, (jakarta: prenadamedia group, 2014), h.9

dalam ayat ini kita diminta untuk berkeja melakukan aktivitas lain, baik nyata maupun yang tersembunyi :

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ
عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

Artinya : *dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, Maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan. (At-Taubah 105).*⁴⁷

Kemudian manusia diwajibkan untuk berkerja keras untuk memenuhi kebutuhan secara lahiriah dan batiniah, termasuk untuk pemenuhan kebutuhan ekonomi agar terciptanya peningkatan kesejahteraan pada keluarga dan masyarakat. Seperti dalam ayat Al-Quran surat Al-Jumu'ah ayat 10:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا
اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya: *apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung. (Al- Jumu'ah 10)*⁴⁸

⁴⁷Departemen agama RI, Al-Quran dan terjemahan, bandung: CV penerbit Diponogoro, 2003

⁴⁸ *Ibid*, h.533

C. Analisis SWOT

1. Definisi SWOT

SWOT merupakan akronim dari *strength* (kekuatan) dan *weakness* (kelemahan) internal dari suatu perusahaan serta *opportunities* (peluang), *threat* (ancaman) lingkungan yang dihadapinya. Analisis SWOT (*SWOT analysis*) merupakan teknik historis yang terkenal di mana para majer menciptakan gambaran umum secara cepat mengenai situasi strategi prusahaan, analisi didasarkan pada asumsi bahwa strategis yang efektif di turunkan dari “kesesuaian” yang baik antara sumberdaya internal perusahaan, (kekuatan dan kelemahan) dengan situasi eksternal (peluang dan ancaman). Kesesuaian yang baik akan di maksimalkan kekuatan dan peluang perusahaan serta meminimalkan kelemahan dan ancaman.⁴⁹

Peluang (*opportunity*) merupakan situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan suatu prusahaan. Tren utama merupakan salah satu sumber peluang.

Ancaman (*Threat*) merupakan situasi utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan. Ancaman merupakan penghalang utama bagi prusahaan dalam mencapai posisi saat ini atau yang di inginkan.

⁴⁹ John A. Pearce II dan reachrd B.robinson, edisi 10 strategi managemen (manajemen strategi), formula inplementasi dan pengendalian, (jakarta selatan, salemba4, 2002), h.200

Kekuatan (*Strength*) merupakan sumberdaya atau kapabilitas yang di kendalikan dan tersedia bagi suatu perusahaan yang membuat perusahaan relatif lebih unggul dibandingkan pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang dilayaninya

Kelemahan (*weakness*) merupakan keterbatasan atau kekurangan dalam bebrapa sumberdaya atau kapabilitas suatu perusahaan relatif terhadap pesaing, yang menjadi hambatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif.⁵⁰

2. Teori Analisis SWOT

Menurut Sutujo dan Kleinsteuber SWOT adalah untuk menentukan tujuan usaha yang realistis, sesuai dengan kondisi perusahaan agar mudah tercapai . SWOT adalah singkatan dari *strength* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang), *threats* (hambatan untuk mencapai tujuan). Apabila teknik analisis SWOT tersebut diterapkan dalam kasus akan menentukan tujuan strategi manajemen pemasaran dapat diterapkan sebelum menentukan tujuan yang ingin dicapai.

Menurut Kotler kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal *strength*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats* yang dihadapi dunia

⁵⁰ *Ibid*, h. 201

bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor internal dan eksternal peluang, ancaman, kekuatan, dan kelemahan.⁵¹

Menurut Grwal dan Levy analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi strength, weaknesses, opportunities, dan threats dalam suatu proyek atau bisnis usaha. Hal ini melibatkan penentuan tujuan usaha bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang baik dan menguntungkan untuk mencapai tujuan itu. Teknik ini dibuat oleh Albert Humphrey, yang memimpin proyek riset pada Universitas Stanford pada dasawarsa 1960-1970 dengan menggunakan data dari perusahaan Fortune 500.

Maka dapat saya simpulkan teori analisis SWOT adalah teknik dalam merencanakan perkembangan usaha atau memecahkan suatu permasalahan yang timbul dalam suatu kegiatan usaha dengan menggunakan teori analisis SWOT yang terdiri dari strength (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang), *threats* (ancaman) untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

3. Manfaat Analisis SWOT

Metode analisis SWOT merupakan metode analisis yang paling dasar dalam melakukan analisis strategis, yang bermanfaat untuk mengetahui

⁵¹ Angelica Tamara, “implementasi analisis SWOT dalam strategi pemasaran produk mandiri tabungan bisnis”, *jurnal riset bisnis dan manajemen*, Vol.4 No.3 (2016), h.397

suatu permasalahan ataupun suatu topik dari empat sisi yang berbeda hasil analisis ini biasanya berupa arahan atau rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan untuk menambahkan kekuatan dan keuntungan suatu perusahaan atau organisasi dari segi peluang yang berbeda sambil mengurangi kekuatan yang dimiliki dan juga menghindari dari berbagai ancaman yang terjadi. Adapun manfaat yang dapat dipetik dari analisis SWOT adalah sebagai berikut :⁵²

- a. Secara jelas dapat dipakai untuk mengetahui posisi perusahaan dalam kancah persaingan dengan perusahaan sejenis.
- b. Sebagai pijakan dalam mencapai tujuan perusahaan.
- c. Sebagai upaya untuk menyempurnakan strategi yang telah ada, sehingga strategi perusahaan senantiasa bisa mengakomodir setiap perubahan kondisi bisnis yang terjadi.

4. Tujuan dan Fungsi Analisis SWOT

a. Tujuan Analisis SWOT

Analisis SWOT mengarahkan analisis strategi dengan cara memfokuskan perhatian pada kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang merupakan hal yang kritis bagi keberhasilan perusahaan. Maka perlunya identifikasi terhadap peluang dan ancaman yang dihadapi

⁵²Dr. Paulus Wardoyo, MM, *Enam Alat Analisis Manajemen*, (Semarang: Semarang University Press, 2011), h. 2

serta kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan melalui lingkungan usaha dan potensi sumber daya perusahaan dalam menetapkan sasaran dan merumuskan strategi perusahaan yang relatis dalam mewujudkan visi dan misi.

Maka tujuan analisis SWOT pada perusahaan adalah untuk memberikan faktor internal dan eksternal perusahaan yang telah di analisis. Apabila ada kesalah, perusahaan harus mengolah untuk mempertahankan serta memanfaatkan peluang yang ada secara baik begitu juga pihak perusahaan harus mengetahui kelemahan yang dihadapi agar menjadi kekuatan serta mengatasi ancaman menjadi peluang.⁵³

b. Fungsi analisis SWOT

Ketika suatu perusahaan mengorbitkan suatu produk tentunya pasti telah mengalami proses penganalisisan terlebih dahulu pada sistem teknik *corporate plan*.⁵⁴ Pengenalan akan kekuatan yang dimiliki akan membantu perusahaan untuk tetap memenuhi perhatian dan melihat peluang baru. Sedangkan penilaian orang jujur terhadap kelemahan yang ada akan memberikan bobot real pada rencana rencana yang akan di buat perusahaan. Maka fungsi dari analisis SWOT adalah untuk menganalisis mengenai kekuatan dan

⁵³ *Ibid*, h,38

⁵⁴ *Ibid*, h.39

kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan yang dilakukan melalui kondisi eksternah.⁵⁵

5. Kunggulan analisis SWOT

Berikut adalah keunggulan analisis SWOT antara lain⁵⁶ :

- a. Dapat dijadikan panduan dalam penyusunan kebijakan strategis menuju target yang telah di canangkan sebelumnya.
- b. Dapat membantu dan memudahkan proses evaluasi berkaitan dengan penentuan kebijakan strategis sekaligus sistem perencanaan agar meraih kesuksesan dari waktu sebelumnya.
- c. Dapat dijadikan bagian penting untuk memperoleh informasi tentang beragam hal yang dibutuhkan menuju proses perubahan perbaikan di masa depan.
- d. Dapat meningkatkan motivasi dalam menemukan ide kreatif untuk terus maju meraih kesuksesan yang di targetkan sebelumnya.

6. Keterbatasan analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan pendekatan konseptual yang sangat luas sehingga sangat rentan terhadap kelemahan utama.⁵⁷

- a. Analisis SWOT menekankan kekuatan internal dan menganggap remeh ancaman eksternal.

⁵⁵ *Ibid*, h.40

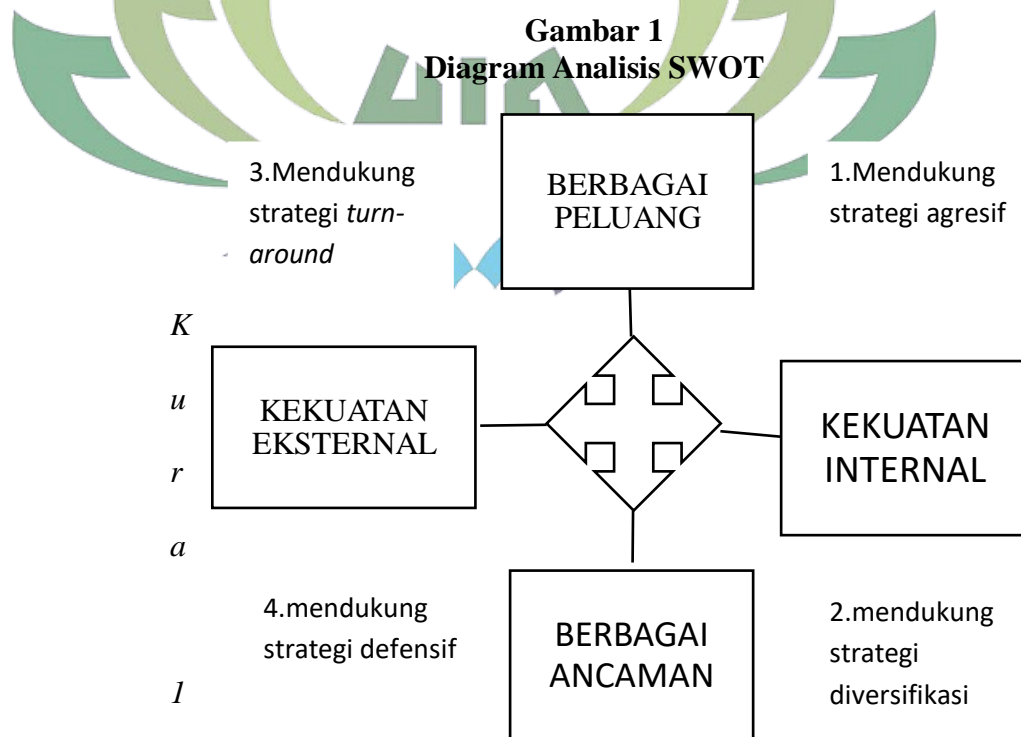
⁵⁶ *Ibid*, h.41

⁵⁷ *Ibid*, h.206

- b. Analisis SWOT dapat bersifat statis dan beresiko mengabaikan kondisi yang berubah.
- c. Analisis SWOT terlalu menekankan pada suatu kekuatan atau elemen strategi.
- d. Suatu kekuatan tidak selalu menjadi sumber keunggulan kompetitif.

7. Cara dan Tahap pemembuat analisis SWOT

Penelitian menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. Berikut ini merupakan diagram analisis SWOT:



kuadran I : ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

Kuadran 2: meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran 3: perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak, ia menghadapi berbagai kendala/kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran 4: ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan. Perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.⁵⁸

⁵⁸Dr. Paulus Wardoyo, MM, *Enam Alat Analisis Manajemen*, (Semarang: Semarang University Press, 2011), h. 2

a. Tahap analisis SWOT

Proses penyusunan perencanaan strategi dalam analisis SWOT melalui 3 tahap analisis yaitu:⁵⁹

- 1) Tahap Pengumpulan Data
- 2) Tahap Analisis
- 3) Tahap Pengambilan Keputusan

Penyusunan formulasi strategis dibuat berdasarkan hasil analisis SWOT. Dengan menggabungkan berbagai indikator yang terdapat dalam kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). Strategi yang dipilih adalah strategi yang bisa memecahkan isu strategis perusahaan.⁶⁰

8. Analisis potensi Usaha mikro, Kecil dan Menengah menggunakan SWOT

Kerangka SWOT menyediakan dasar yang terorganisasi untuk diskusikan berbagai informasi secara mendalam, yang dapat memperbaiki kualitas pilihan dan keputusan yang kemudian di ambil oleh perusahaan. Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) berperan sebagai pondasi perekonomian indonesia, yang mempengaruhi roda perekonomian. Karena itu keberadaan UMKM harus didukung oleh

⁵⁹*Ibid.* h, 23.

⁶⁰Freddy Rangkuti, *SWOT BALANCED SCORECARD (teknik menyusun strategi korporat yang efektif plus cara mengelola kinerja dan resiko)*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2013), h 64.

beragam perogram yang bertujuan mengembangkanya, baik dari pemerintah maupun sektor swasta.⁶¹

Permasalahan yang sering dihadapi UMKM yaitu kurangnya modal, kesulitan dalam oemasarn, struktur organisasi sederhana dengan pembagian kerja yang tidak baku, kualitas majemen rendah, SDM terbatas dan kualitasnya rendah. Kebanyakan tidak mempunyai laporan keuangan, aspek legalitas lemah, dan rendahnya kualitas teknologi. Beragamnya permasalahan UMKM yang telah diteliti, menunjukan bahwa kelemahan UMKM salah satunya adalah kemampuan manajemen yang lemah..⁶²

D. Tinjauan Pustaka

Dari sekian literatur/skripsi yang penulis temukan, terdapat beberapa skripsi yang topiknya sama, namun terdapat persamaan dan perbedaan dari sisi pembahasannya. Dan hal ini dapat kita lihat dari penjelasan di bawah ini:

Penelitian yang dilakukan oleh :

1. Judul : Analisi Potensi dan kontribusi UMKM terhadap kesejahteraan masyarakat dalam perspektif ekonomi islam (studi kasus usaha tahu jalan damai RT 03 LK II kelurahan kedamaian kecamatan kedamaian)

⁶¹ John A.pearc dan ricard B. Robinson, edisi 10 *strategic, magemet* (strategi manajemen) *formula, implementasi, dan pengadaian*, (jakarta selatan, salemba empat, 2002), h.202

⁶² *Ibid*, h.203

disusun oleh Elzamaulida Merdekawati 1451010035 jurusan ekonomi syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam 2018.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan sifat penelitian deskriptif analisis sedangkan metode pengumpulan data menggunakan metode observasi dan wawancara, analisis data yang digunakan adalah reduksi data, data display, dan teknik pemeriksaan.

Dari penelitian terdahulu di atas mempunyai persamaan metode penelitian yaitu metode kualitatif dengan sama-sama membahas potensi UMKM dalam perspektif ekonomi islam. Dan terdapat perbedaan yaitu penelitian terdahulu tidak hanya membahas potensi tetapi juga membahas kontribusi UMKM serta objek penelitian berbeda .

2. Judul : Analisis potensi UMKM di OOPS !! pujasera wayhalim kota bandar lampung perspektif ekonomi islam. Disusun oleh Novitria Eka Yunita 1351010047 jurusan ekonomi islam fakultas ekonomi dan bisnis islam tahun 2017.

Metode yang di gunakan metode kualitatif, denga teknik pengumpulan data dengan cara wawancara dan observasi dan dokumentasi untuk selanjutnya diolah kembali menggunakan tahapan *editing, organizing, dan analyzing*.

Dalam penelitian terdahulu di atas mempunyai persamaan dalam menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan menggunakan analisis SWOT dan sama-sama membahas potensi UMKM dengan perspektif ekonomi islam. dan terdapat perbedaan yaitu objek yang berbeda.

3. Judul : Analisis potensi UMKM tahu dan tempe terhadap peningkatan pendapatan keluarga menurut perspektif ekonomi islam (studi pada UMKM bapak marjuki di desa pekalongan). Disusun oleh Siti Rohani 1251010102 jurusan ekonomi syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam tahun 2019.

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Dengan pengumpulan data melalui metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Selanjutnya di analisis menggunakan teknik deskriptif analisis.

Dalam penelitian terdahulu di atas mempunyai persamaan dalam menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan sama-sama membahas potensi UMKM dalam perspektif ekonomi islam, dan perbedaanya terletak padaa objek penelitian dan penelitian terdahulu juga meneliti pendapatan keluarga.

4. Judul : Analisis faktor-faktor penghambat pengembangan usaha mikro kecil dan menengah dalam perspektif ekonomi islam (studi pada

sentra umkm keripik pisang Jalan Za. Pagar Alam Kota Bandar Lampung). Disusun oleh Mutiara Nurani 1551010080 jurusan ekonomi syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam tahun 2019.

Metode yang digunakan kualitatif atau penelitian lapangan (*field research*), dengan penelitian yang bersifat deskriptif analisis. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data skunder. Dengan menggunakan metode pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi.

Dalam penelitian terdahulu diatas memiliki persamaan dalam menggunakan metode penelitian kualitatif dengan sama-sama membahas objek yang sama yaitu UMKM keripik dan memiliki perbedaan yang terletak pada penelitian terdahulu membahas faktor-faktor penghambat dalam perspektif ekonomi islam sedangkan penelitian yang diangkat penulis membahas potensi dengan menggunakan analisis SWOT.

5. Judul : Analisis potensi usaha mikro kecil dan menengah di pusat kebudayaan dan olah raga Wayhalim Kota Bandar Lampung. Disusun oleh Benny Yohan 1211021022 jurusan ekonomi pembangunan, fakultas ekonomi dan bisnis tahun 2016.

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dan dianalisis secara deskriptif dengan menggunakan hasil dan observasi fisik serta survey menggunakan kuisioner yang diberikan kepada plaku UMKM,

masyarakat dan pengunjung di PKOR Wayhalim Kota Bandar Lampung.

Dalam penelitian terdahulu mempunyai persamaan dalam menggunakan metode kualitatif dengan sama sama mengunkan kuisisioner yang di berikan kepada pelaku usaha serta membahas potensi UMKM dperbedaanya terletak pada objek penelitian di PKOR Wayhalim Kota Bandar Lampung sedangkan penulis mengambil objek penelitian UMKM kertipik di Jalan ZA Pagar Alam Kota Bandar Lampung.



DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman A.karim, ekonomi mikro islami edisi keempat, jakarta: raja grafindo persada 2015
- Agus iskandar, “implementasi pemberian izin mendirikan bangunan”, *jurnal keadilan progresif*, Vol. 7 No.2 ISSN: 2087-2089, september 2016
- Ahmad rifa’i”peranan dalam pembangunan daerah :fakta prpfinsi lampung “. *Jurnal ilmiah administrasi publik dan pembangunan*, Vol.1 No. 2, juli-desember 2010
- Albert Kurniawan, *Metode Riset Untuk Ekonomi dan Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2014
- Angelica Tamara, “implementasi analisis SWOT dalam strategi pemasaran produk mandiri tabungan bisnis”, *jurnal riset bisnis dan manajemen* , Vol.4 No.3 2016 tjioner, “profitabilitas usaha sentra keripuk pisang”, *jurnal dinamika manajemen*, Vol. 3 No.2 JUNI 2012
- Budiarsa K., 2011. Pengaruh Revitalisasi Kawasan Terhadap Kualitas Ruang Terbuka Hijau dan Peningkatan Ekonomi Masyarakat di Wilayah Pelabuhan Padangbai Kabupaten Karangasem.Tesis Program Magister Prograam Studi Arsitektur Program Pascasarjana Universitas Udayana.
- Cholid narkubo dan abu achmadi, *metode penelitian*, bumi aksara, jakarta, 199
- Dapartemen pendidikan nasional, *kamus besar bahasa indonesia*, pusat bahasa, jakarta: edisi keempat, PT gramedia, 2011
- David dan Fred R. *Manajemen Strategi: Konsep-konsep*, Jakarta: INDEKS Kelompok Gramedia, 2006
- Deprtemen agama RI, Al-Quran dan terjemahanya, Bandung: Diponegoro, 2008
- Dr. Paulus Wardoyo, MM, *Enam Alat Analisis Manajemen*, Semarang: Semarang University Press, 2011
- Feni Dwi Anggraeni, Imam Hardjanto, dan Ainul HayatJurnal,” pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (umkm) melalui fasilitasi pihak eksternal dan

potensi internal”, *jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol. 1, No. 6, April 2016

Freddy rangkutii, *analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*. Jakarta : Pt. Gramedia Pustaka, 1977

Hadi Sutrisno, *metode research*, UGM, Yogyakarta: 2002

Ika yunia fauzia, abdul kadir riyadi, prinsip dasar ekonomi islam, jakarta: prenadamedia group, 2014

John A.pearce dan ricard B. Robinson, edisi 10 *strategic, magement* (strategi manajemen) *formula, implementasi, dan pengadaan*, jakarta selatan, salemba empat, 2002

M. Tohar, *Membuka Usaha Kecil*, Cetakan Pertama, Yogyakarta: Kanisius, 2000

Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi* Jakarta: Erlangga, 2003

Nugroho, I dan rochimin dahuri, *Pembangunan wilayah :perspektif ekonomi, sosial dan lingkungan* . jakarta : LP3ES, 2004

Nurul Zuriah, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan Teori-Aplikasi* Jakarta Bumi Aksara, 2007

Petter Salim dan yenny Salim, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*, Modern English Pers, Jakarta, 1999

Prof. DR. Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis* ,Bandung : Alfabeta 2012

Profil bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), *jurnal: kerjasama LPPI dengan Bank Indonesia*, 2015

Purnomohadi, *ruang terbuka hijau sebagai unsur utama tata ruang kota*, jakarta:direktoral jendral, 2006

Pusat pengkajian dan pengembangan ekonomi isalam (p3EI) Universitas islam indonesia yogyakarta, *ekonomi islam*, jakarta: rajawali pers, 2013

Reca elyarni, hermanto, “analisis SWOT terhadap strategi pemasaran layanan Sap ekspres pada PT.SAP”, *jurnal metris* ISSN: 1411-3287, Oktober 2016

Risky marliana putri, dewi haryanto, adia nugraha “analisis kinerja internal eksternal agroindustri kripik pisang”, *jurnal JLLA*, Vol. 7, No. 2, mei I 2019

Sastro wahdino, *ekonomi makro dan mikro islam*, jakarta:PT Dwi chandra wacana, 2001

Siti rohani “ analisis potensi UMKM tahu dan tempe terhadap peningkatan pendapatan keluarga menurut perspektif ekonomi islam (studi pada umkm bapak marjuki desa pekalongan)”, fakultas ekonomi dan bisnis islam, UIN raden intan Lampung 2018

Soeratno dan Lincoln Arsyiad, *Metodologi Penelitian : Untuk Ekonomi dan Bisnis, Rev. Ed* , Yogyakarta : UUP STIM YKPN, 2008

Steiner, G. A & Milner, JB, *Kebijakan dan Strategi Manajemen* Jakarta: Erlangga, 1997

Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, Jakarta : Rineka Cipta, 1993

Suharsimi Arikunto, *prosedur penelitian suatu pendekatan praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 2002.

Sumadi Suryabrata, “*Metodologi Penelitian*” , Jakarta : Raja Grafindo Persada, 1998

Suryadi prawirosentono dan dewi primasari, *manajemenstrategik & pengambilan keputusan korporasi (strategic manajement & corporate decision making)*, jakarta: PT bumi aksara, 2014

Widayanto, “analisis potensi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) konveksi riyan collection di kabupaten kudus” *jurnal administrasi bisnis* , Vol. 6 No. 1 (maret 2017)